

Myyntisaamisten hallinta Case yritys X

Ojanen, Ida

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Myyntisaamisten hallinta case yritys X

Ida Ojanen
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu 2015

Ida Ojanen

Myyntisaamisten hallinta case yritys X

Vuosi	2015	Sivumäärä	40
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää miten myyntisaamisten hallinta toteutuu kohdeyrityksessä ja miten sitä voidaan tarvittaessa kehittää. Opinnäytetyön tavoitteena on tehostaa kohdeyrityksen myyntisaamisten hallintaa ja sitä kautta parantaa sen tulosta.

Opinnäytetyön teoriapohja koostuu myyntisaamisten hallinnasta, laskutuksesta ja perinnästä. Teoriaa on kerätty akateemisista kirjoista, internetistä ja Voitto+ -tietokannasta. Tutkimuksen materiaalina on lisäksi käytetty uutisia suomalaisten yritysten tämänhetkisestä maksukäyttäytymisestä sekä samalla toimialalla toimivien yritysten myyntisaamisten hallinnasta. Kohdeyritys opinnäytetyössä on keski-suuren terveydenhuoltoalalla toimivan yrityksen Suomessa toimiva tytäryhtiö.

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen tapaustutkimus, jossa on tutkittu kohdeyrityksen myyntisaamisten hallintaa teoriapohjaa hyväksi käyttäen. Tutkimusaineistona on käytetty kohdeyritykseltä saatuja tietoja myyntisaamisista vuosilta 2012-2013. Tämän lisäksi on tehty avoin haastattelu, jossa on selvitetty kohdeyrityksen laskutus - ja perintätoimia. Tutkimuksessa on ensin tehty tunnuslukuanalyysi, josta saatuja tuloksia on pohdittu moniulotteisesti yhdessä haastattelutulosten kanssa. Lopuksi tutkimuksessa on verrattu kohdeyrityksen myyntisaamisten hallintaa muiden samalla toimialalla toimivien yritysten myyntisaamisten hallintaan.

Tutkimuksen avulla saatiin selville, että kohdeyrityksen on parannettava sen myyntisaamisten hallintaa. Tutkimustulosten pohjalta kohdeyritykselle on tehty kehityssuunnitelma. Kohdeyrityksen tärkeimpiä kehityskohteita myyntisaamisten hallinnassa ovat asiakkaiden luottokelpoisuuden määrittäminen, sähköisen laskutuksen käyttöön ottaminen ja perintäprosessin kehittäminen. Kehitysehdotukset on valittu sen mukaan, että ne sopivat hyvin kohdeyritykselle ja ne on myös helppo ottaa käyttöön yrityksessä, jossa on rajalliset resurssit. Tämän lisäksi kehitysideat kohdeyrityksessä on testattu käytännössä toimiviksi. Tutkimustulosten perusteella kohdeyritys on alkanut toteuttamaan kehityssuunnitelmassa olevia kehitysehdotuksia.

Asiasanat myyntisaamisten hallinta, perintä, laskutus

Ojanen Ida

The Management of Sales Receivables at the Company X

Year: 2015

Pages: 40

The purpose of this thesis is to examine the current processes of managing sales receivables at a case company and to make recommendations for developing these in the future. The outcome of this thesis is to develop the case company's management of sales receivables which should have the inherent effect of improving the profit margins of the company.

The theoretical framework consists of theories and models pertaining to sales receivables management, invoicing and debt collection. Theories and models have been completed using information from academic textbooks, electronic resources, and the Voitto+ database. The payment behavior and debt collection practices at major Finnish companies, such as companies from within the same sector as the case company, have been used as a study material. The case company in this thesis is a foreign SME (Small- to Medium-sized Enterprise) operating in Finland with a sales subsidiary.

This thesis was carried out as a qualitative case study. The case company is analyzed as a part of this thesis in an applied manner by utilizing the aforementioned theories. In doing this quantitative and qualitative data was obtained from the company such as sales receivable data from 2012 and 2013. In addition, an open interview was conducted regarding invoicing and debt collection practices in the case company. A statistical analysis is presented initially which also incorporates an analysis of the company's payment behavior. Lastly as a part of the presented analysis, a comparison of management practices of sales receivables between companies within the same sector is made.

The conclusion of this thesis is that the case company should in general improve their sales receivables management practices. Based on this conclusion, a development plan has been devised as a part of the thesis for the use of the case company. The main development points are that the case company should determine more proactively customer credit limits, utilize e-invoicing and improve the debt collection processes. The recommendations put forward this development plan were selected in part were put forward, because they are easy to implement at a company such as the case company that has only limited resources. They have likewise also been chosen due to their functionality which has been tested. The result of this study is that the case company has started to utilize the development plan presented by this thesis prior to its completion.

Keywords management of sales receivables, invoicing, debt collection

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Taustat ja tavoitteet	6
1.2	Rajaus ja rakenne	6
1.3	Tutkimusmenetelmät ja - aineisto	7
2	Myyntisaamiset	8
2.1	Luotonanto ja laskutus	9
2.1.1	Luottopolitiikka.....	9
2.1.2	Laskutus.....	11
2.1.3	Maksuehdot.....	13
2.2	Perintä	13
2.2.1	Vapaaehtoinen perintä.	14
2.2.2	Oikeudellinen perintä	15
3	Myyntisaamisten hallinta kohdeyrityksessä.....	17
3.1	Kohdeyrityksen kuvaus	17
3.2	Nykytila-analyysi	18
3.2.1	Laskutusprosessi	19
3.2.2	Perintäprosessi.....	20
3.2.3	Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika	21
3.2.4	Myyntisaamisten ikääntymisjakauma	24
4	Kehityssuunnitelma	26
4.1	Laskutusprosessi.....	27
4.1.1	Luottokelpoisuuden määritys	28
4.1.2	Sähköinen laskutus	31
4.2	Perintäprosessi	32
4.3	Myyntisaamisten hallinnan seuranta jatkossa	35
	Lähteet	36

1 Johdanto

1.1 Taustat ja tavoitteet

Yrityksien yksi tärkeimmistä tavoitteista on kannattavuus. Yrityksen toiminta on kannattavaa, kun tulot ylittävät menot. Tärkein sidosryhmä yritykselle on asiakkaat. Kahden yrityksen välisessä kaupassa maksuajan antaminen tuotteille on itsestäänselvyys eikä tuotteita myydä käteisellä. Tulosta yritykselle syntyy myynnistä vasta silloin, kun yritys on saanut asiakkaalta maksun kassaan ja asiakas on tyytyväinen hankkimaansa ratkaisuun. Maksimoidakseen tuottavan myynnin yritys ei voi käyttää asiakkaana vain riskittömiä ostajia. Näistä syistä yrityksissä on tärkeää harjoittaa tehokasta luotonvalvontaa ja myyntisaamisten hallintaa. Opinnäytetyöni tarkoitus on selvittää, miten myyntisaamisten hallinta toteutuu kohdeyrityksessä ja miten sitä voitaisiin tarvittaessa kehittää. (Talponen 2002, 13.)

Kohdeyritys on keski-suuren norjalaisen terveydenhuoltoalan yrityksen tytäryhtiö. Kohdeyrityksen toimintaa hoidetaan konsernin pääkonttorissa Norjassa sekä Suomessa sijaitsevassa toimistossa Vantaalla. Tällä hetkellä myyntisaamisten hallinta ei ole suoraan kenenkään vastuulla eikä myyntisaamisten hallinnasta ole tehty tarkempaa analyysiä. Myyntisaamiset kuuluvat yrityksen käyttöpääomaan. Kasvattamalla käyttöpääoman kiertonopeutta voidaan parantaa yrityksen kannattavuutta, kun liiketoimintaan sitoutuneita varoja vapautetaan yrityksen kassaan uudelleen käytettäväksi. Opinnäytetyön tavoite on tehostaa kohdeyrityksen myyntisaamisten hallintaa ja sitä kautta parantaa sen tulosta. (Yritystutkimus ry 2011, 68.)

1.2 Rajaus ja rakenne

Opinnäytetyö on rajattu käsittelemään kohdeyrityksen myyntisaamisten hallintaa tarkastellen samalla sen laskutus -ja perintätoimia. Se jakautuu karkeasti kolmeen osioon. Ensimmäisessä osiossa perehdytään siihen mitä ovat myyntisaamiset ja miten niiden hallintaan liittyvät prosessit hoidetaan. Toisessa osiossa tehdään analyysi kohdeyrityksen myyntisaamisten hallinnasta ja kolmannessa osiossa luodaan kohdeyritykselle kehityssuunnitelma toisen osion analyysin tulosten perusteella.

1.3 Tutkimusmenetelmät ja - aineisto

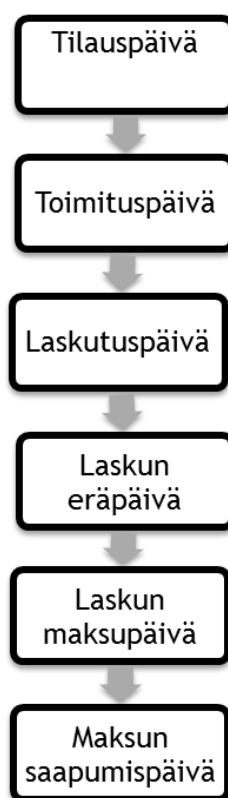
Opinnäytetyö on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkielmassa tyypillisesti tutkimusten kohdetta pyritään tutkimaan kokonaisvaltaisesti. Siinä on tarkoituksena ymmärtää laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä monipuolisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen lajeista opinnäytetyö on tapaustutkimus, sillä opinnäytetyössäni tutkitaan yhden kohteen eli valitun kohdeyrityksen toimintaa. (Jyväskylän yliopisto 2015.)

Tutkimuksessa on käytetty kvalitatiivisena aineiston hakumenetelmänä kohdeyritykseltä saatuja tietoja yrityksen myyntisaamisista vuosien 2012-2013 aikana. Yritykseltä saatiin lista kuukausitasolla avoimista myyntisaamisista vuosilta 2012-2013, joita tutkimuksessa verrataan yrityksen myyntiin. Tutkimuksessa ei ole käytetty tilinpäätöstietoja, sillä kohdeyritys on tytäryhtiö ja asiakkaat maksavat laskunsa suoraan emoyhtiölle. Tämä tarkoittaa sitä, että itse tytäryhtiön taseessa ei ole myyntisaamisia vaan saamisia saman konsernin yrityksiltä. Kyseiset saamiset eivät kerro suoraan totuutta myyntisaamisten määrästä sillä tytäryrityksen myynnistä tulos kohdistuu suoraan emoyhtiölle ja tytäryhtiölle allokoituu siitä vain tietty prosenttimääräinen osuus. Taseessa olevat saamiset ovat siis vain tietty prosenttimääräinen osuus todellisesta myyntisaamisten määrästä. Edellä mainittu koskee myös tuloslaskelman liikevaihtoa, siksi opinnäytetyön tunnuslukuanalyysissä on käytetty liikevaihdon sijaan yrityksen bruttomyyntejä kuukausitasolla.

Kohdeyritykseltä saadun numeroaineiston lisäksi tutkimuksessa aineistona on käytetty avointa haastattelua, jossa on selvitetty yrityksen laskutus -ja perintätoimia. Haastattelu on tärkeä osa tutkimusta, sillä pelkkä numeroaineistoon perustuva analyysi ei anna tarpeeksi tarkkaa ja laadullista kuvaa yrityksen myyntisaamisten hallinnan tilasta. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää moniulotteinen ja mahdollisimman todellinen sekä kokonaisvaltainen kuvaaminen. Tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä sillä ne ovat aikaan ja paikkaan sidottuja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157.)

2 Myyntisaamiset

Jaksotuseriä, joilla kassaperusteisia tuloja kohdennetaan oikealle tilikaudelle suoriteperusteista tilinpäätöstä varten, kutsutaan saamisiksi. Yritykselle syntyy myyntisaaminen luotollisesta myynnistä eli kun yritys ei saa myynnistä maksua samalla hetkellä. Myynnistä saatavien varojen saaminen kassaan voi olla pitkä prosessi ja sitä havainnollistetaan kuviossa 1. Tulosta yritykselle syntyy vasta, kun yritys on saanut rahat kassaan. Tästä johtuen luotonvalvonta on yrityksille tärkeää. Paras vaihtoehto yritykselle on saada rahat kassaan mahdollisimman pian. Yritysten välisessä kaupassa kuitenkin tuotteet ja palvelut myydään lähes poikkeuksetta velaksi. Yrityksen on rahoitettava myyntisaaminen joko omalla tai vieraalla pääomalla. Myyntisaamisiin liittyy aina luottoriski, jota yrityksen on hallittava itse tai siirtämällä hallinta ulkopuoliselle taholle. Myyntisaamisiin sisältyy myös liikevaihtoon kuulumattomia eriä kuten arvonlisävero, valmistevero, kuljetus ja omaisuuden myyntitulot. (Talponen 2002, 14 ; Yritystutkimus ry, 2011.)



Kuvio 1: Myyntitulon kassaanmaksuketju (Leppiniemi & Puttonen 2002, 49).

Kassaanmaksuketjun kaksi ensimmäistä osiota eli tilaus -ja toimituspäivä liittyvät yrityksen tuotantoprosessiin ja materiaalitoimintojen hallintaan. Myyntisaaminen syntyy vasta näiden vaiheiden jälkeen. Toimituspäivän ja laskutuspäivän väliseen aikaviiveeseen yrityksellä on mahdollisuus vaikuttaa kehittämällä sen laskutusrutiineja. Lasku kannattaa lähettää heti kun saaminen on syntynyt ja laskutus tulisi suorittaa päivittäin. Laskutuspäivän ja laskun eräpäivän väliseen aikaväliin voi vaikuttaa laskun sisällöllä ja maksuehdoilla. Laskut, joissa on selkeästi esillä oikeat tiedot maksetaan nopeammin kuin epäselvät laskut. Luotonvalvonnalla yritys pyrkii vaikuttamaan laskun eräpäivän ja maksupäivän väliseen aikaviiveeseen. Laskun maksupäivän ja saapumispäivän aikaviiveeseen taas vaikutetaan pankkisuhteita kehittämällä. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 49-50.)

2.1 Luotonanto ja laskutus

Kuviossa 1 esiteltiin myyntitulon kassaanmaksuketju. Tässä osiossa keskitytään siihen, miten voi nopeuttaa toimituspäivän ja laskun eräpäivän välistä aikaa sekä mitä yrityksen pitää ottaa huomioon myydessään toiselle yritykselle tuotteita tai palveluita luotolle.

2.1.1 Luottopolitiikka

Tapaa tehdä luottopäätöksiä organisaatiossa kutsutaan luottopolitiikaksi. Keskeiset ratkaisut saamisten hallinnan kannalta tehdään asiakas ja luottosuhteiden aloittamisen yhteydessä. Yrityksen tietojärjestelmän toimivuus, kattavuus ja sen tarkoituksenmukaisuus ovat tässä keskeisessä asemassa. Luottopolitiikkaan kuuluu päätös niistä periaatteista, joilla luottotiedot hankitaan. (Vismaduetto 2014.)

Peruslähdekohta yrityksen luotonannossa tulisi olla aina, että luoton määrä myönnetään kullekin yritykselle sen velanhoitokyvyn perusteella. Tiedot velanhoitokyvystä on tärkeä tarkistaa vähintään luottosuhdetta aloittaessa. Lisäksi luottotietoja kannattaa hankkia asiakkaista säännöllisin väliajoin tai joidenkin etukäteen määriteltyjen periaatteiden mukaisesti. Tietoja yrityksen luottokelpoisuudesta voi hankkia myös tilinpäätöksestä. Yrityksen luottokelpoisuus perustuu seuraaviin perustekijöihin: kannattavuuteen, maksuvalmiuteen ja vakavaraisuuteen. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 50; Talpponen 2002, 29.)

Kannattavuus kertoo liiketoiminnan taloudellisen tuloksen. Siinä käsitellään yrityksen tulojen ja kulujen suhdetta. Kannattavuuden merkitys yrityksen luottokelpoisuuteen on suuri erityisesti kasvavassa yrityksessä, koska käyttöpääoman tarve kasvaa myyntisaamisiin ja varastoihin sitoutuvana pääomana. Kasvavat yritykset tekevät paljon investointeja, jotka yleensä halutaan rahoittaa tulo-rahoituksella ja silloin kannattavuuden on oltava hyvä. Hyviä kannattavuuden mittareita ovat esimerkiksi kokonaispääoman tuotto %, sijoitetun pääoman tuotto % ja liikevoitto. (Talpponen 2002, 31.)

Maksuvalmiudella tarkoitetaan yrityksen kykyä selviytyä juoksevista kuluista lyhyellä aikavälillä. Maksuvalmiudella mitataan käyttöpääomaa ja liikepääomaa. Yritys, jolla on hyvä maksuvalmius, selviytyy maksuistaan ajallaan ja suoriutuu myös tarvittaessa yllättävistä menoista. Maksuvalmiilla yrityksellä on runsaasti likvidejä varoja. Suurin syy, joka johtaa yritykset usein konkurssiin on yrityksen likvidien varojen loppuminen. Yleisimmät mittarit tarkistella yrityksen maksuvalmiutta ovat Quick Ratio ja Current Ratio. (Niskanen & Niskanen 2004, 117.)

Vakavaraisuudella tarkoitetaan yrityksen kykyä selviytyä taloudellisista velvoitteista pitkällä aikavälillä. Vakavaraisuus pienentää luottoriskiä ja se antaa hyvän pohjan yritystoiminnalle. Se myös helpottaa yrityksen lisärahoituksen saantia. Vakavarainen yritys kestää myös pienellä pääomalla toimivia yrityksiä paremmin epäonnistumisia ja kansantaloudesta johtuvia huonoja aikoja. Usein yritysten vakavaraisuuden mittaamisen tunnuslukuina käytetään omavaraisuusastetta ja suhteellista velkaantuneisuutta. (Talpponen 2002, 31.)

Yrityksen luottokelpoisuus määritellään yrityksen luottotietojen avulla, joita ovat kaikki tieto yrityksestä ja sen luottokelpoisuudesta. Yrityksen luottokelpoisuuden määrittämiseksi voidaan käyttää yrityksen sisäisiä tietolähteitä ja yrityksen ulkopuolelta saatavia ulkoisia tiedonlähteitä. Yrityksen sisäisistä tiedonlähteistä tietoa luottokelpoisuudesta saa hyvin yrityksen myyntireskontrasta. Myyntireskontraan jää tieto siitä miten velallinen yritys suorittaa laskunsa yritykselle. Luottokelpoisuutta määriteltäessä luotettavampi yritys suorittaa maksut eräpäivään mennessä ja mahdollisimman lyhyellä maksuviiveellä. Yrityksen tavat hoitaa maksuja eri luotonantajia kohtaan vaihtelevat sen mukaan kuinka tärkeä luotonantaja yritys on asiakkaan kannalta. Asiakkaan ostojen määrän muutoksen seurannalla ja analysoinnilla voidaan myös tutkia yrityksen luottoluokitusta. Kasvavan ostomäärän taustalla voi olla tavaran hankinnan vaikeus muilta luotonantajilta, joka on usein merkki yrityksen luottokelpoisuuden alenemisesta. Myös ostomäärien kasvaessa luottoriski kasvaa. Asiakkaan lisääntynyt reklamaatioiden määrä voi olla myös merkki heikentyneestä luottokelpoisuudesta. Asiakas saattaa reklamaatioiden avulla yrittää hankkia ostoilleen esimerkiksi lisää maksuaikaa. Yritys voi käyttää asiakkaiden luottokelpoisuuden arvioimiseen myyntiorganisaatiolta saatavaa informaatiota. Myyjät asioivat asiakkaiden kanssa ja voivat näin arvioida asiakkaiden luotettavuutta. (Ijäs 2002, 63.)

Yrityksen on tärkeä hankkia luottotietoja asiakkailtaan myös ulkoisista tiedonlähteistä. Uusien asiakkaiden kanssa ulkoiset tiedonlähteet ovat ainut keino hankkia tietoa yrityksen luottokelpoisuudesta. Tietoa on saatavissa esimerkiksi luotonsaajalta itseltään. Velansaajalta kannattaa pyytää tilinpäätöstiedot, tilintarkastuskertomus, kaupparekisteriote, kassavirtalaskelma, verovelkatodistus ja todistus lakisääteisten vakuutusmaksujen maksamisesta. Jos yritys ei halua tai pysty toimittamaan pyydettyjä asiakirjoja saattaa tämä olla merkki huonosti hoidetusta taloudesta. (Leppiniemi 2000, 12.)

2.1.2 Laskutus

Laskun lähettäminen asiakkaalle on ensimmäinen vaihe myyntisaamisten perimisessä. Lasku kannattaa lähettää asiakkaalle mahdollisimman pian, jotta yritys saa nopeasti rahat tililleen. Tämä on myös hyvä asiakkaan kannalta, sillä silloin sen on aikaa perehtyä laskun sisältöön ja tarkistaa sen oikeellisuus. (Lindström 2011, 26-27.)

Lasku on tosite tai ilmoitus tehdystä kaupasta. Yritys voi lähettää laskun asiakkaalle paperisena tai sähköisesti. Myös kaikkia tositteita ja ilmoituksia, jotka sisältävät muutoksen tai viittauksen alkuperäiseen laskuun, pidetään laskuina. Arvonlisäverolaissa 209 b on kerrottu kaikki pakolliset merkinnät jotka on löydettävä laskusta. Laskun pakollisia merkintöjä ovat seuraavat:

- Laskun antamispäivä. Yleensä laskun antamispäivä on sen lähetyspäivä tai kirjaamispäivä.
- Juokseva tunniste, jotta laskun voi helposti yksilöidä esimerkiksi laskun numero. Samana vuonna annetuissa laskuissa on oltava eri tunniste.
- Myyjän arvonlisäverotunniste, joka on Suomessa kotimaankaupassa Y-tunnus. Jos ostaja on verovelvollinen käännetyn verovelvollisuuden perusteella tai kysymys on yhteisömyynnistä on laskusta löydettävä myös ostajan arvonlisäverotunniste.
- Myyjän ja ostajan virallinen nimi sekä oikea osoite.
- Tavaroiden ja/tai palveluiden määrä tai laajuus sekä luonne
- Tavaroiden toimituspäivä, palvelujen suorituspäivä tai ennakkomaksun maksupäivä
- Veron peruste kuitenkin verokannan tai verottomuuden osalta. Yksikköhinta ilman veroa sekä mahdolliset alennukset ja hyvitykset, jos niitä ei ole otettu huomioon yksikkö hinnassa
- Kaikki laskulla sovelletut verokannat
- Veron määrä euroissa. Paitsi jos myyjää ole merkitty arvonlisäverovelvollisten rekisteriin
- Perusteet verottomuudesta tai käännetystä verovelvollisuudesta
- Tiedot uusista kuljetusvälineistä
- Maininta käytettyjen tavaroiden sekä taide-, antiikki- ja keräilyesineiden tai matkatoimistojen marginaaliverotusmenettelystä
- Merkintä verollisen sijoituskullan myynnistä
- Viittaus aikaisempaan laskuun, jos kyse on muutoslaskusta.

Pakolliset tiedot laskussa voi olla millä kielellä tahansa. Verohallinto voi kuitenkin tarvittaessa vaatia laskun kääntämistä. Laskuun voi merkitä myös enemmän tietoja kuin laissa on määritelty. (Verohallinto 2014.)

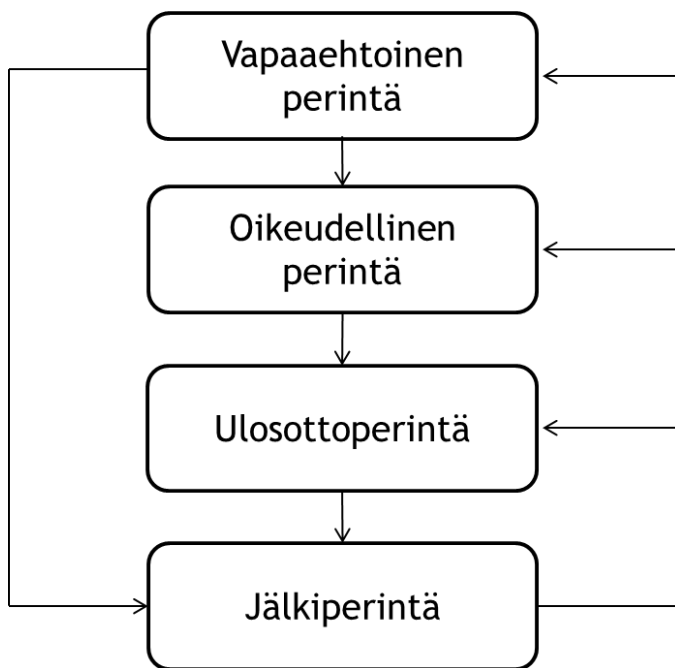
2.1.3 Maksuehdot

Maksuehto määrittelee sen ajan, jonka aikana ostajan on maksettava saaminen. Aika lasketaan alkavaksi tavaran toimituksesta, työn valmistumisesta tai vaihtoehtoisesti laskun päiväyksestä. Yritysten välillä yleiset maksuehdot ovat 7-21 päivää netto tavaran tai palvelusuoritteen toimittamisesta. Pitkät maksuajat vaikuttavat kassaan sitoutuvan pääoman tarpeeseen sekä lisäävät luottoriskiä. Mitä pidempi maksuaika, sitä enemmän muutoksia ehtii tapahtua velallisen maksukyvyssä. Lisäksi pitkät maksuehdot tuovat myös paineita tehokkaalle luotonvalvonnalle. Yritysten maksukäyttäytymistä voidaan yrittää ohjata kassa-alennuksilla. Kassa-alennuksia tarjoamalla saadaan myös tietoa ostajasta, sillä kassa-alennuksen käyttämättä jättäminen voi olla merkki ostajan huonosta maksuvalmiudesta. (Lindström 2005, 66-67.)

2.2 Perintä

Perinnällä yritys voi vaikuttaa maksun eräpäivän ja maksun saapumispäivän väliseen aikaviiveeseen. Laissa saamisten perinnästä 22.4.1999/513 määritellään perinnän tarkoittavan sellaisia toimenpiteitä, joiden tarkoituksena on saada velallinen suorittamaan erääntynyt saaminen velkojalle. Perinnän voidaan määritellä olevan velkojan saamisoikeuden toteuttamista. Perinnän päätarkoitus on saada velallinen maksamaan velat. Lisäksi perinnällä pyritään estämään velan vanheneminen. Laki velan vanhenemisesta säättää velanmaksuvelvoitteen päättymisen, kun velka vanhenee. Velka vanhenee pääsääntöisesti yleisen vanhentumisajan mukaisesti kolmessa vuodessa jos velkoja ei katkaise velan vanhenemista. Jos velasta on saatu oikeuden päätös ulosottoa varten, velka vanhenee viidessä vuodessa. Kun laskun eräpäivästä on yrityksellä kulunut 14 päivää on syytä ryhtyä perintään. (Aarnio & Vahvelainen 1994, 24; Lindström 2005, 200.)

Perinnässä on lain mukaan noudatettava aina hyvää perintätapaa. Hyvän perintätavan vastaista on: antaa vääriä tai harhaanjohtavia tietoja maksun laiminlyönnin seuraamuksista, aiheuttaa velalliselle kohtuuttomia tai tarpeettomia kuluja taikka tarpeetonta haittaa, vaarantaa velallisen yksityisyydensuojaa. (Lindström 2005, 179.) Seuraavassa kuviossa on esitetty perintäprosessin vaiheet.



Kuvio 2: Perintäprosessi pähkinänkuoressa (Rikalainen & Uitto 2008, 185).

2.2.1 Vapaaehtoinen perintä.

Keinoja joilla yritetään saada velallinen maksamaan erääntyneet saamisen vapaaehtoisesti, kutsutaan vapaaehtoiseksi perinnäksi. Usein yritykset hoitavat vapaaehtoisen perintänsä itse, mutta apuna voidaan käyttää myös perintätoimistoja tai asianaajo -ja lakitoimistoja. (Järvinen 2010, 212.)

Hyvään perintätapaan kuuluu, että ennen muita perimisen keinoja velalliselle lähetetään vähintään yksi maksumuistutus. Maksumuistutuksen voi lähettää kirjeitse, sähköpostilla tai faksilla. Maksumuistutuksen sijasta tai sen rinnalla voidaan käyttää puhelinperintää. Käytännössä siinä neuvotellaan asiakkaan kanssa erääntyneiden saamisten maksamisesta puhelimitse. Puhelinperintä on yritysmaailmassa usein kirjallista muistutusta tehokkaampi keino. Siinä voidaan myös sopia asiakkaan kanssa maksusuunnitelmasta, jos asiakkaalla ei ole juuri maksuvalmiutta maksaa laskujaan. (Lindström 2005, 200-205.)

Yritys voi tarvittaessa lähettää asiakkaalleen julkisuushuokaisen maksukehotuksen Tratan, jolla kehotetaan maksamaan erääntynyt saaminen korkoineen ja kuluineen määräajassa. Perintäkeinona Tratta on erittäin tehokas, sillä velalliset tahtovat välttää julkisen maksuhäiriön. Tratta-prosessi alkaa siitä, että velkoja toimittaa perintätoimistolle tiedot velkojasta, velallisesta, erääntyneistä saatavista, viivästyskoroista ja muista kuluista. Perintätoimisto lähettää velalliselle tratan, jossa kerrotaan tratta protestoitavan, jos sitä ei makseta määräaikaan mennessä. Samaan aikaan asiasta menee tieto luottotietoyhtiölle, jolloin velalliselle syntyy maksuviivetieto. Jos velallinen ei maksa saamista menee siitä tieto Suomen Asiakastieto Oy:lle, joka toimii Suomen luottotietoyhtiönä. Samalla päätetään julkistetaanko tratta hiljaisena vai julkisena. Hiljainen tratta näkyy vain luottotietoyhtiön tietokannassa, mutta julkinen tratta julkaistaan myös talousalan päivälehdissä. Kun luottotietoyhtiö on saanut tiedon protestoitavasta yrityksestä, lähettää se velalliselle protestointi-ilmoituksen. Ilmoituksen mukaan, jos saaminen maksetaan seitsemässä päivässä, toteutetaan protesti hiljaisena. Protestoimatta tratta kannattaa jättää esimerkiksi jos velkojalla on muita erääntymättömiä saamia velalliselle. Protesti saattaa aktivoida myös muut yritykset velkomaan saamiaan. (Silen 2013.)

2.2.2 Oikeudellinen perintä

Jos kaikki vapaaehtoisen perinnän keinot on todettu tehottomiksi, on ryhdyttävä oikeudelliseen perintään. Oikeudellisen perinnän tavoitteena on saada velallinen maksamaan velka ja oikeuden päätöksen hankkiminen eli täytäntöönpano. Oikeudellinen perintä on käynnistettävä huolellisesti ja ennen sitä kannattaa tutkia velallisen aikaisempaa maksukäyttäytymistä. Jos velallisella on valtavia maksuhäiriöitä, on perinnässä vaikea onnistua. Konkurssiin hakeutuneelta yritykseltä on yleensä turha yrittää periä velkoja. (Lindström 2005, 215-216.)

Ennen oikeudelliseen perintään ryhtymistä tulee arvioida perinnän kustannuksia suhteessa perittävän summan määrään. Jos oikeudellisesta perinnästä aiheutuvat kustannukset uhkaavat nousta haettavan saamisten suuruiseksi tai saaminen on pieni, ei oikeudelliseen perintään kannattava ryhtyä. Velallinen vastaa pääsääntöisesti oikeudellisen perinnän kustannuksista, jos perinnälle on peruste eikä velallinen ole maksukyvytön. Kuluriski on kuitenkin viimekädessä velkojalla. Lisäksi ennen oikeudelliseen perintään ryhtymistä on varmistuttava saamisen oikeellisuudesta. (Lindström 2005, 217.)

Velat, joita velallinen ei suorita vapaaehtoisesti ja joita ei voi panna täytäntöön erityislain voimalla, joudutaan vahvistamaan ulosottokelpoiseksi oikeuden päätöksellä. Hyvä keino tähän on haastemenettely, jolla voidaan vahvistaa ulosottokelpoiseksi kaikenlaisia saamisia. Riita-asian hoito alkaa kun käräjäoikeuteen toimitetaan haastehakemus. Haastemenettelyn voi käynnistää suppealla haastehakemuksella tai laajalla haastehakemuksella. Yksinkertaiset, selkeät ja riidattomat asiat käynnistetään suppealla haastehakemuksella, ja jos niitä ei riitauteta, ne valmistetaan ulosottokelpoiseksi jo valmisteluvaiheessa (OK 5:3,13). Pääkäsittelyyn eli varsinaiseen oikeudenkäyntiin ohjautuvat vain riitautetut saamiset. Laajoilla haastehakemuksilla käynnistetään riitaoikeudenkäyntiin tähtäävät asiat. (Lindström 2005, 220-221.)

Jos haastehakemus täyttää laissa säädetyt edellytykset, tuomioistuin antaa haasteen ja kehottaa haasteensaajaa vastaamaan haasteeseen kirjallisesti haasteen määräaikaan mennessä. Haasteen vastaamatta jättämisen uhkana on, että asia voidaan ratkaista kantajan hyväksi yksipuolisella tuomiolla. Vastajan vastustaessa kannetta jatketaan käsittelyä suullisessa valmistelussa eli valmisteluistunnossa. Siinä selvitetään mistä seikoista osapuolet ovat riidassa erimielisiä ja pyritään saamaan aikaan ratkaisu. Mikäli ratkaisua ei synny, siirrytään pääkäsittelyyn. (Oikeuslaitos 2014.)

Usein välittömästi valmisteluistunnon jälkeen voidaan pitää pääkäsittely. Siinä puheenjohtaja kertoo, mihin asian valmistelussa on päädytty ja mitä osapuolet ovat vaatineet. Sitten kantaja ja vastaaja perustelevat vaatimuksensa ja voivat esittää toisilleen kysymyksiä. Tämän jälkeen käydään läpi kirjalliset todisteet ja kuunnellaan mahdollisia todistajia. Lopuksi asianosaiset esittävät mielipiteensä siitä, kuinka asia tulisi ratkaista eli esittävät loppulausunnot. Ratkaisu annetaan heti istunnon jälkeen tai myöhemmin kansliassa. Ratkaisuun tyytymätön voi hakea muutosta hovioikeudesta. (Oikeuslaitos 2014.)

Perinnän aikana saattaa selvitä, että asiakas on maksukyvytön eli se ei kykene suoriutumaan veloistaan sitä mukaan kun ne erääntyvät. Maksukyvyttömyyden hoitamiseen on Suomessa neljä keinoa: ulosotto, konkurssi, velkajärjestely ja yrityssaneeraus. Ulosotto on velallisen tuloon ja omaisuuteen kohdistuva pakkotäytäntöönpano. Ulosoton hoitavat ulosottomiehet, joiden toimenpiteet käynnistyvät velkojan täytäntöönpanopyynnöllä. Tämän perustana on jokin ulosottooperuste esim. oikeuden vahvistama suoritustuomio. Ulosotossa ulosottoviranomaiselle on oikeus ottaa haltuun ja myydä velallisen omaisuutta kunnes velkojan saamiset tulee maksetuksi. Konkurssissa velallisen koko omaisuus käytetään yhdellä kertaa hänen velkojensa maksuksi suhteellisesti kunkin velan suuruuden mukaan. Konkurssiin joutuneen yrityksen liiketoiminta päättyy. Velkajärjestelyn avulla pyritään hoitamaan velkaongelmiin joutuneet yksityishenkilön talousasiat kuntoon. Velkajärjestelyssä luodaan velalliselle maksuohjelma, jossa määrätään kuinka hänen tulee seuraavien vuosien aikana maksaa velkansa takaisin. Yrityssaneerauksessa on tavoitteena tervehdyttää elinkeinokelpoiset yritykset niin, että ne eivät joutuisi konkurssiin. Yrityssaneerauksessa yritykselle luodaan pitkä yksilöllinen saneerausohjelma, jonka avulla yrityksen toimintaa ja velkavastuita järjestellään uudelleen. (Lindström, 205-387.)

3 Myyntisaamisten hallinta kohdeyrityksessä

Seuraavassa osiossa kuvataan, miten myyntisaamisten hallinta on hoidettu kohdeyrityksessä. Tämän lisäksi osiossa on tehty tunnuslukuanalyysi kohdeyrityksen myyntisaamisten hallinnasta. Opinnäytetyössä kohdeyrityksestä käytetään nimeä Yritys X.

3.1 Kohdeyrityksen kuvaus

Yritys X on Norjalaisen terveydenhuoltoalalla toimivan yrityksen Suomessa toimiva tytäryhtiö. Emoyhtiö on vuonna 1940 perustettu perheyritys, joka on aloittanut toimintansa kustantamona. Myöhemmin toimintaa laajennettiin lelujen valmistukseen. Tänä päivänä yrityksen päätavoite on ihmishenkien pelastaminen. Se tarjoaa tuotteita ja palveluita perus ja tehoelvytyksen harjoitteluun, terveydenhuollon koulutukseen, hengitystien hallintaan, selkärangan -ja kaulantuentaan, sekä defibrillaatioon. Yritys toimii 23 eri massa ja siellä työskentelee yhteensä noin 1400 työntekijää. Yrityksen johto hoidetaan Norjassa sijaitsevalta pääkonttorilta käsin. (Yritys X 2014.)

Yritys X on emoyhtiön Suomen myyntikonttori. Yrityksen suurimpia asiakkaita ovat puolustusvoimat ja sairaalat sekä oppilaitokset, joissa tarjotaan terveydenhuollon koulutusta. Tämän lisäksi asiakkaina toimii pelastuslaitoksia, pienempiä yksityisiä terveydenhuoltoalan koulutusyrityksiä ja ambulanssipalveluita. Yritys X:llä on myös Suomessa jälleenmyyjä. Kilpailijoita yrityksellä on eri määrä tuoteryhmästä riippuen. Pääasiassa kilpailu terveydenhuollon tuotteiden myynnin alalla on pientä, mutta se on koko ajan kasvussa. On kuitenkin otettava huomioon, että markkinat ovat pienet. Suosio terveydenhuollon tuotteita ja palveluita kohtaa on tällä hetkellä kasvussa ja monet yritykset ovat alkaneet hankkimaan käyttöönsä defibrillaattoreita ja hankkimaan työntekijöilleen peruselvytyskoulutuksen. Yrityksen suurimpien asiakkaiden rahoitus tulee valtiolta ja kunnalta, jotka leikkaavat jatkuvasti kustannuksiaan. Suurimpien asiakkaiden rahoitusta heikennetään parhaillaan, joten niiden on leikattava omista menoistaan. Tämä luonnollisesti vähentää asiakkaiden hankintoja tai he pyrkivät hankkimaan ratkaisunsa mahdollisimman edulliseen hintaan. Yritys X panostaa tuotteissaan laatuun eikä kilpaile hinnalla. Suurimpien asiakkaiden rahoituksen heikkeneminen vaikuttaa tällä hetkellä yrityksen toimintaan negatiivisesti ja tulosta on pyrittävä saamaan myös muualta. (Yritys X 2014.)

Tytäryhtiössä Yritys X:ssä työskentelee viisi täysipäiväistä työntekijää: myyntipäällikkö, kaksi myyntiedustajaa, tekninen asiantuntija ja asiakaspalvelija. Lisäksi yrityksen toimintaa tukee emoyhtiö. Myyntisaamisten hallintaa ei ole vastuutettu suoraan yhdelle työntekijälle vaan sen hoitaa emoyhtiön taloushallinnon tiimi yhdessä Yritys X:n asiakaspalvelijan kanssa. Myös Yritys X:n myyntipäällikkö osallistuu päätöksiin, jotka liittyvät Yritys X:n myyntisaamisten hallintaan esimerkiksi luottorajojen ja maksuaikojen päätöksentekoon. Kaikilla yritys X:n myyntisaamisten hallintaa hoitavilla työntekijöillä on myös paljon muita vastuualueita, joten myynti saamisten hallinnan hoitamiseen ei käytetä paljoa aikaa. Yritys X:ssä ei ole useampaan vuoteen tarkasteltu myyntisaamisten hallinnan tehokkuutta sekä siihen liittyviä prosesseja tarkemmin. Taloudellisesti vaikeina aikoina yritysten maksuvalmius heikkenee. Näistä syistä johtuen myyntisaamisten hallinnan tehokkuuden ja siihen liittyvien prosessien tarkasteleminen on yritykselle ajankohtainen aihe. (Yritys X 2014.)

3.2 Nykytila-analyysi

Tässä osiossa käsitellään yritys X:n myyntisaamisten hallintaa tällä hetkellä. Ensin kerrotaan analysoidaan yritys X:n laskutus - ja perintäprosessia, jonka jälkeen analysoidaan yritys X:n myyntisaamisten kiertoaikaa ja ikääntymisjakautumaa.

3.2.1 Laskutusprosessi

Ennen koko myyntiprosessin aloittamista uudelle asiakkaalle luodaan asiakastili Yritys X:n tietojärjestelmään. Asiakastiliä luodessa asiakkaalle määritellään luottoraja sekä maksuehdot. Luottorajan määrittämiseen yrityksellä ei ole erityistä menetelmää. Kaikille yritysasiakkaille annetaan pääosin sama luottoraja ja yksityisasiakkaat toimivat käteisasiakkaina. Luottorajaa määriteltäessä ei tarkemmin tarkastella yrityksen luottotietoja. Maksuehdoiksi asiakkaalle annetaan 14-30 päivää riippuen siitä onko kyseessä suuri vai pieni yritys. Erikseen ei ole määritelty mikä asiakas on suuri ja mikä pieni. Kun asiakastili on luotu, voidaan asiakkaalle alkaa tekemään myyntiä sen asiakastilin määrittelemillä tavoilla. (Yritys X 2014.)

Kun asiakkaan luottoraja ylittyy, menevät asiakkaiden luottorajan ylittävät tilaukset automaattisesti pitoon. Tärkeille asiakkaille myydään tuotteita kuitenkin yli asiakastilin salliman luottorajan. Tämä onnistuu kun Yritys X:n asiakaspalvelija käy myyntitiimin pyynnöstä vapauttamassa asiakkaan tilauksen pidosta. Ennen tilauksen vapauttamista asiakaspalvelija tarkistaa asiakkaan avoimien maksujen määrään. Määrän ollessa suuri tilaus yrityksen kokoon nähden jätetään tilaus vapauttamatta ja siitä ilmoitetaan asiakkaalle. Yritys X:ssä ei ole tarkkaan määritelty mikä on suuri määrä avoimia laskuja yrityksen kokoon nähden. (Yritys X 2014.)

Lasku asiakkaalle lähtee seuraavana arkipäivänä siitä, kun tuote tai palvelu on lähetetty asiakkaalle. Yritys X:n laskut asiakkaille lähtee yritys X:n emoyhtiön nimissä. Laskussa esiintyvä Y-tunnus kertoo asiakkaalle laskuttajan olevan ulkomaalainen yritys. Tästä johtuen Yritys X:n myynnistä muodostuneet myyntisaamiset ovat sen emoyhtiön myyntisaamisia. Emoyhtiö maksaa Yritys X:lle myyntikomissiota sen myynnistä, myyntikomissio vaihtelee tuoteryhmittäin 25 % -60 % välillä. Emoyhtiön kautta lähetetyt laskut tuovat haastetta Yritys X:n myyntisaamisten hallintaan sekä hidastaa myyntisaamisten käsittelyprosessia. Suomessa ulkomaiset yritykset, joihin Yritys X:n laskun lähettäjä lukeutuu, ovat rajoitetusti verovelvollisia. Tämä vaikuttaa erityisesti ulkomaisten yritysten arvonlisäveroon, lähdeveroon ja tuloveroon. Ulkomaisilla yrityksillä on esimerkiksi mahdollista hakea 0-lähdeverokorttia tai pyytää lähdeveron palautusta. Tämä saattaa aiheuttaa asiakkaille hämmennystä verotuksellisissa asioissa, vaikka Yritys X:n laskulle on esitetty verot selkeästi lain edellyttämällä tavalla. Verotukseen vaikuttaa se onko yrityksellä kiinteä toimipaikka Suomessa. Yritys X:n emoyhtiöllä, joka lähettää laskut, on Suomessa kiinteä toimipaikka Yritys X. Kiinteästä toimipaikasta johtuen, yrityksen on maksettava Suomeen tuloveroa, eikä sille ole myönnetty 0-lähdeverokorttia. Yrityksen verotus toimii siis pääosin samalla tavalla kuin Suomalaisten yritysten verotus. (Vero 2015; Yritys X 2015.)

Laskut asiakkaalle lähtevät pääosin paperisena, sillä yrityksen käyttämä laskutusjärjestelmä ei lähetä vielä automaattisesti sähköisiä laskuja. Laskut lähettää Yritys X:n asiakaspalvelija. Jos asiakas ei hyväksy paperilaskuja, Yritys X:n asiakaspalvelija kirjaa laskun manuaalisesti Baswaren sähköiseen laskutusjärjestelmään. Suurin osa asiakkaista toivoo saavansa laskut sähköisenä, sillä tämä nopeuttaa yrityksen laskujen maksamista. Laskujen manuaalinen kirjaaminen sähköiseksi vie aikaa asiakaspalvelijalta, josta syystä laskut lähetetään sähköisenä vain kun asiakas ei hyväksy paperilaskua. Tämän lisäksi laskujen manuaalisessa kirjaamisessa on suurempi riski virheisiin, kuin jos laskut lähtisivät automaattisesti sähköisinä. (Yritys X 2014.)

Emoyhtiön taloushallinnon tiimi kirjaa laskuihin tulevat suoritukset. Taloushallinnon tiimi lataa pankkitililtä muutaman kerran viikossa listan asiakkailta tulleista maksusuoritteista järjestelmään, johon laskut rekisteröidään. Oikean viitteen sisältävät laskut kirjautuvat järjestelmään automaattisesti. Virheellisen viitteen sisältävät tai viitteettömät maksut käydään läpi manuaalisesti, jolloin pyritään selvittämään lasku, jolle maksu on ollut tarkoitus kohdistaa. Tarvittaessa taloushallinnon tiimi kysyy maksun kohdentamiseen apua Yritys X:n asiakaspalvelijalta, jolloin lasku jolle maksu on ollut tarkoitus kohdistaa, yleensä selviää. Jos lasku jolle maksu on ollut tarkoitus kohdistaa, ei selviä, palautetaan se takaisin tilille, jolta se on maksettu. (Yritys X 2014.)

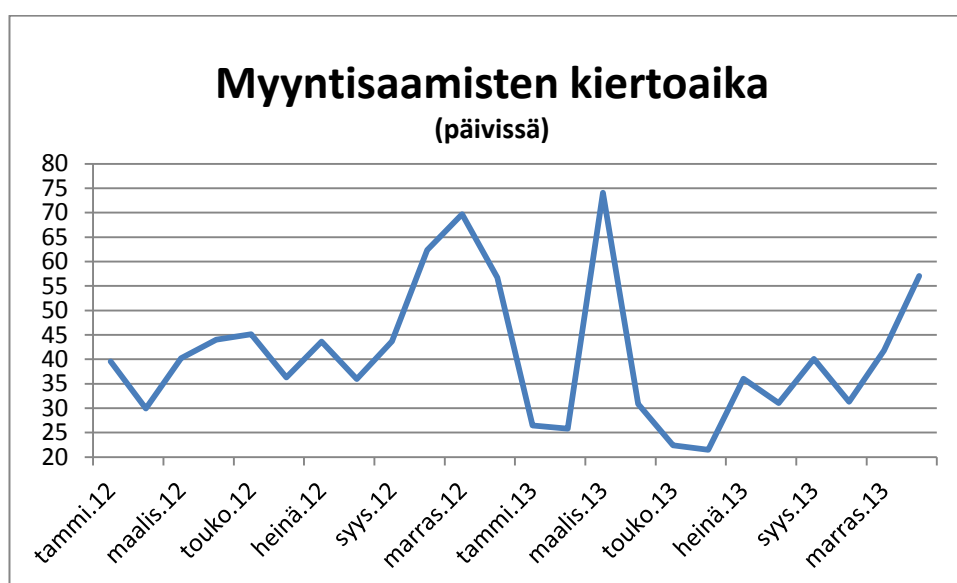
3.2.2 Perintäprosessi

Kerran kuukaudessa Yritys X lähettää maksumuistutukset sen asiakkailleen. Yrityksen käyttämä laskutusjärjestelmä kerää automaattisesti listan avoimista laskuista, jotka taloushallinnon työntekijä kokoaa Excel listalle. Lista lähetetään yrityksen asiakaspalvelijalle, joka tarkistaa onko joukossa laskuja, joista ei tule lähettää maksumuistutusta. Listaa läpi käydessä vuoden 2013 asiakaspalvelija yritti soittaa kaikki listalla olevat asiakkaat läpi ja pyytää heitä maksamaan laskunsa. Puhelinperintä on tehokas, mutta paljon aikaa vievä toimintatapa ja sen suosiminen on yleisesti yleisempää perinnän myöhäisemmässä vaiheessa. Listan läpi käymisen jälkeen se lähetetään takaisin taloushallinnon työntekijälle, joka tekee maksumuistutukset. Taloushallinnon työntekijä lähettää maksumuistutukset asiakaspalvelijalle, joka lähettää ne asiakkaille. Myöhästyneistä laskuista ei peritä asiakkaalta korkoa. Usein asiakkaat maksavat laskut maksumuistutuksen jälkeen ja syynä laskun maksamatta jättämiseen on ollut virheellinen laskutusosoite, unohdus tai laskun katoaminen. Tässä tapauksessa Yritys X:n asiakaspalvelija lähettää asiakkaalle kopion laskusta tai tarvittaessa luo virheellisestä laskusta laskuhyvityksen ja lähettää asiakkaalle uuden korjatun laskun. (Yritys X 2014.)

Maksumuistutuksien lähettämisen jälkeen Yritys X:llä ei ole erikseen suunniteltua perintäprosessia. Jos maksumuistutuksen lähettäminen ei ole tuottanut tulosta, on Yritys X saattanut käyttää puhelinperintää. Puhelinperinnässä Yritys X:n asiakaspalvelija on soittanut yritykselle, jolta lasku on tarkoitus periä. Tällöin hän ensin selvittää laskun maksamatta jättämisen syyn. Myös tässä tapauksessa yleensä syyksi selviää laskun katoaminen tai virheelliset laskutustiedot. Jos tilanne näyttää hankalammalta asiakkaan kanssa pyritään tekemään suunnitelma, jonka mukaan se maksaa laskut. Yritys X:llä ei ole sopimusta perintätoimiston kanssa ja rahat on pääosin saatu takaisin viimeistään puhelinperinnän avulla. (Yritys X 2014.)

3.2.3 Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika

Tässä osiossa tarkastellaan Yritys X:n myynnistä muodostuneiden myyntisaamisten kiertoaika viimeisen kahden vuoden ajalta. Opinnäytetyössä myyntisaamisten tarkasteluun on valittu mittariksi myyntisaamisten kiertoaika. Se on yksi käytetyimmistä tavoista mitata myyntisaamisia ja se lasketaan vertaamalla avoimia myyntisaamisia liikevaihtoon. Myyntisaamisten kiertoaika kuvaa päivinä kuinka pitkään myyntitulot ovat saamisina ennen niiden siirtymistä rahana yrityksen kassaan. Tunnusluku on staattinen eli se kertoo vain sen hetken tilanteen. Alla olevassa kuviossa näkyy Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika kuukausittain vuosina 2012 ja 2013.



Kuvio 3: Myyntisaamisten kiertoaika päivissä 2012 ja 2013

Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on ollut vaihtelevaa vuosina 2012 ja 2013. Kuviosta voi huomata, että yrityksen myyntisaamisten kiertoaika kasvaa syksyisin. Suurimpana syynä tähän on se, että yrityksen suurimmat asiakkaat ovat julkisesti rahoitettuja ja heille annetaan erikseen rahoitus aina jokaiselle vuodelle. Syksyn aikana julkisesti rahoitetut asiakkaat huomaavat, että heillä on budjettia jäljellä. Tämä saa asiakkaat tekemään suurempia hankintoja. Tämä johtaa siihen että Yritys X:n asiakkaat tekevät suurempia hankintoja kuin keväällä ja kesällä. Suuremmille hankinnoille annetaan pienempiä hankintoja pidemmät maksuajat. Tämä johtaa myyntisaamisten kiertoajan kasvamiseen.

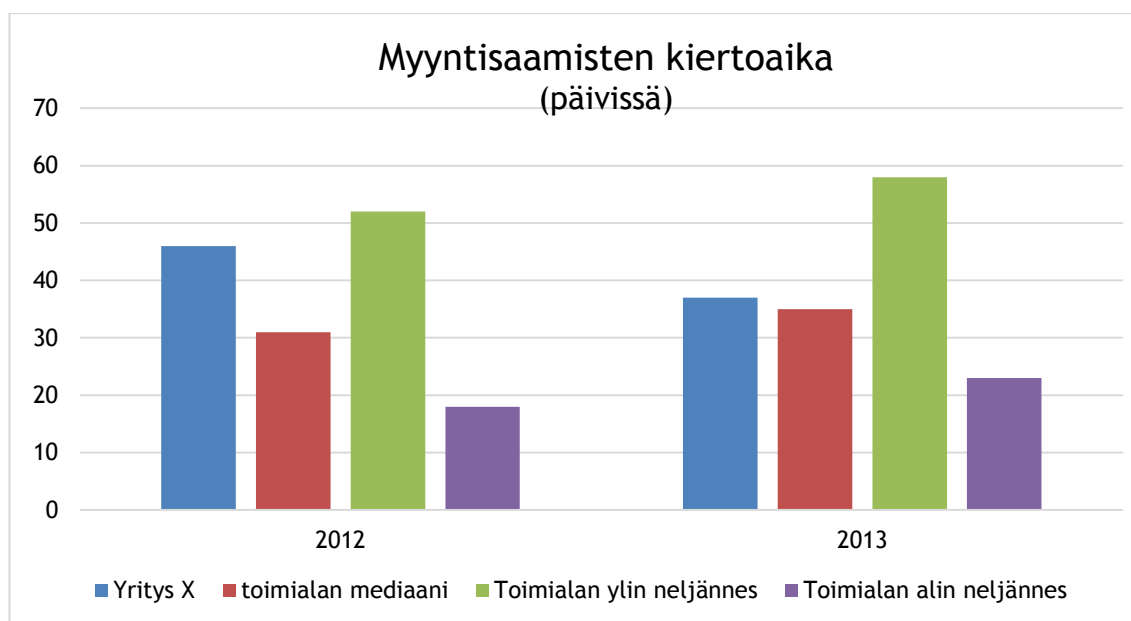
Kuviosta tulee esille, että tammikuun puolessa välissä myyntisaamisten kiertoaika laskee. Julkisesti rahoitettujen yritysten on maksettava edellisen vuoden laskut tammikuun puoleen väliin mennessä, jotta he saavat edellisen vuoden kirjanpidon hoidettua sääntöjensä mukaan. Tämä johtaa myyntisaamisten kiertoajan laskuun tammikuun puolessa välissä. (Yritys X 2015.)

Myyntisaamisten kiertoaika on parantunut vuodesta 2012 vuoteen 2013. Vuonna 2012 myyntisaamisten kiertoaika oli keskimäärin 46päivää ja vuonna 2013 37päivää. Myyntisaamisten kiertoaika on siis parantunut 20 %. Syynä tähän on todennäköisemmin vuonna 2013 aikaisessa vaiheessa käytetty puhelinperintä, sillä muuten yrityksen laskutus - ja perintätoimet eivät ole muuttuneet vuodesta 2012 vuoteen 2013. Yritys X:n myynti ei ole myöskään laskenut vuodesta 2012 vuoteen 2013, joka saattaisi selittää kiertoajan parantumisen.

Keskimäärin Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on ollut vuosina 2012-2013 41päivää. Verrattuna lukua Yritys X:n siihen, että yritys X pyrkii antamaan asiakkaille 14 päivän maksuajan, on myyntisaamisten kiertoaika heikko. Tämän perusteella on yritys X:ssä syytä kehittää laskutusprosesseja. Huomioon on kuitenkin otettava, että suurempia hankintoja tehdessään Yritys X:n asiakkaat hyväksyvät maksuehdoksi vain 21päivää tai enemmän. Usein maksuehdon on oltava 30päivää. Tähän verraten on myyntisaamisten kiertoaika lähes tyydyttävällä tasolla.

Yrityksen käyttämien laskutus - ja perintäprosessien perusteella, on myyntisaamisten kiertoaika odotettua parempi. Myyntisaamisten kiertoaikaa parantaakseen on Yritys X:n kehitettävä omia laskutus -ja perintäprosessejaan. Nopeuttamalla myyntisaamisten kiertoaikaa yritys voisi irrottaa lisää varoja käyttöönsä päivittäistä liiketoimintaa varten. Tämä myös parantaa yrityksen kannattavuutta. Myyntisaamisten huolimatonta hallintaa, joka on usein syynä myyntisaamisten pitkään kiertoaikaan, sitoo yritykseen turhia varoja käyttöpääomana ja aiheuttaa lisäkustannuksia. (Leppiniemi, Kykkänen & Toiviainen 2007, 197.)

Seuraavaksi verrataan Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaikaa muiden Suomessa kyseisellä toimialalla toimivien yritysten myyntisaamisten kiertoaikaan. Toimialaksi on valittu laboratorio - ja sairaanhoitovälineiden tukkukauppa. Vuoden 2012 vertailussa on mukana 247 ja vuoden 2013 233 yritystä.



Kuvio 4: Toimialan myyntisaamisten kiertoaika päivissä (Voitto +)

Toimialalla, johon Yritys X kuuluu, on myyntisaamisten kiertoaika laskenut vuodesta 2012 vuoteen 2013. Samoin on laskenut toimialalla toimivien yritysten kannattavuus.

Myyntisaamisten kiertoajan mediaani on toimialalla ollut vuonna 2012 31 päivää ja vuonna 2013 35 päivää. Keskimäärin näyttää siltä, että toimialalla toimivien yritysten laskutusrutiinit ovat kunnossa ja heidän asiakkaat maksavat laskunsa hyvin. Toimialan asiakkaiden tunnollinen laskujen maksaminen kertoo myös siitä, miksi Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on parempi kuin sen laskutus -ja perintätoimista saattaisi päätellä.

Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on vuonna 2012 ja 2013 heikompi kuin toimialalla keskimäärin. Vuonna 2012 Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on 33 prosenttia heikompi kuin toimialalla keskimäärin. Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika vuonna 2012 on kuitenkin parempi kuin toimialan alimmalla neljänneksellä. Vuonna 2013 Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on lähes tyydyttävä verrattuna samalla toimialalla toimiviin muihin yrityksiin. Vuonna 2013 myyntisaamisten kiertoaika Yritys X:ssä on lähempänä toimialan mediaania, sillä Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on parantunut ja toimialalla toimivien yritysten myyntisaamisten kiertoaika on keskimäärin laskenut. Yritys X:n myyntisaamisten kiertoaika on vuonna 2013 5 prosenttia heikompi kuin toimialan mediaani. Tämä on toimialaan nähden hyvä tunnusluku. Lisätäkseen kilpailukykyä toimialallaan Yritys X:n kannattaisi selkeyttää ja tehostaa myyntisaamisten hallintaa.

3.2.4 Myyntisaamisten ikääntymisjakauma

Seuraavaksi tarkastellaan Yritys X:n myyntisaamisia niiden ikääntymisjakauman perusteella.

Siinä tarkoituksena on luokitella saamiset niiden iän perusteella erilaisiin kategorioihin.

Tämän avulla saadaan tarkasteltua paremmin Yritys X:n perinnän tehokkuutta, sillä hyvin toteutettu perintä vähentää myyntisaamisten määrää vanhimmissa kategorioissa. Seuraavassa taulukossa on esitelty Yritys X:n myyntisaamiset niiden ikääntymisjakauman perustella.

Myyntisaamisten määrä on esitetty prosenttimuodossa.

	ei vielä kuukausi myöhässä	0-30pv myöhässä	30-60 pv myöhässä	60-90 pv myöhässä	yli 90pv myöhässä
joulu.13	74,1 %	10,6 %	3,2 %	11,8 %	0,3 %
marras.13	72,5 %	11,4 %	15,7 %	0,0 %	0,5 %
loka.13	71,7 %	25,7 %	2,1 %	0,0 %	0,6 %
syys.13	73,9 %	16,7 %	4,0 %	0,0 %	5,4 %
elo.13	75,0 %	12,8 %	5,2 %	0,1 %	6,9 %
heinä.13	87,3 %	3,6 %	3,1 %	1,4 %	4,6 %
kesä.13	68,5 %	14,0 %	2,9 %	8,4 %	6,2 %
touko.13	76,6 %	9,1 %	8,1 %	0,1 %	6,0 %
huhti.13	62,2 %	17,8 %	0,1 %	0,0 %	19,8 %
maalis.13	84,8 %	4,9 %	0,2 %	1,8 %	8,3 %
helmi.13	64,8 %	10,7 %	0,9 %	-0,1 %	23,7 %
tammi.13	60,0 %	12,5 %	2,6 %	5,1 %	19,8 %
joulu.12	58,4 %	14,6 %	8,5 %	7,9 %	10,5 %
marras.12	39,1 %	17,1 %	27,9 %	0,8 %	15,1 %
loka.12	43,1 %	36,6 %	0,9 %	1,3 %	18,1 %
syys.12	56,5 %	4,3 %	2,1 %	0,5 %	36,6 %
elo.12	38,8 %	7,1 %	5,5 %	15,4 %	33,3 %
heinä.12	37,8 %	13,2 %	14,2 %	6,1 %	28,7 %
kesä.12	32,4 %	25,2 %	8,0 %	1,9 %	32,5 %
touko.12	62,6 %	8,9 %	-0,7 %	9,8 %	19,4 %
huhti.12	67,0 %	3,3 %	10,2 %	-0,3 %	19,8 %
maalis.12	60,6 %	13,5 %	-0,1 %	1,6 %	24,4 %
helmi.12	54,7 %	5,7 %	4,0 %	29,9 %	5,7 %
tammi.12	65,2 %	6,1 %	23,7 %	3,2 %	1,9 %
keskiarvo	62,0 %	12,7 %	6,4 %	4,4 %	14,5 %

Taulukko 1: Myyntisaamisten ikääntymisjakauma prosentteina

Taulukkoa tarkastelemalla voidaan havaita, että Yritys X:n asiakkaat maksavat laskunsa pääosin ajallaan. Avoimista saamisista viimeisen kahden vuoden ajalla keskimäärin 38 % prosenttia on erääntyneitä. Tämä ei suoraan tarkoita, että Yritys X:n asiakkaat maksavat laskunsa 38prosenttisesti eräpäivän jälkeen, sillä mukana saattaa olla saamia jota pysyvät avoimena useita kuukausia. Tämä antaa kuitenkin yleiskuvan asiakkaiden maksukäyttäytymisestä ja perinnän tehokkuudesta. Ikäjakauman perusteella Yritys X:n asiakkaat maksavat laskunsa kohtalaisesti, mutta saadakseen parannettua asiakkaiden maksukäyttäytymistä Yritys X:n laskutus - ja perintätoimia on tehostettava. Tilanne on kuitenkin hyvä verrattuna siihen, että Suomen Asiakastiedon tilastoinnin mukaan noin puolet Suomalaisista yrityksistä maksaa laskunsa eräpäivän jälkeen (40 euroa päivästä, 2013). Tähän verraten Yritys X:n asiakkaat maksavat laskunsa keskimäärin paremmin kuin suomalaiset yritykset keskimäärin. Suomessa pienet yritykset maksavat laskunsa keskimäärin suuria yrityksiä huonommin. Tilanne on sama myös Yritys X:ssä, sillä keskustelussa Yritys X:n asiakaspalvelijan kanssa tuli ilmi, että maksumuistutukset lähetetään useimmiten pienille yrityksille. Pienet yritykset tekevät Yritys X:ltä pääosin pieniä maksimissaan muutaman tuhannen euron arvoisia hankintoja. Suurien yritysten esimerkiksi yliopistollisten sairaaloiden ja ammattikorkeakoulujen hankinnat ovat kymmeniä tuhansia euroja. Kyseiset yritykset maksavat laskunsa lähes poikkeuksetta ajallaan. Tämän lisäksi suuret yritykset tekevät Yritys X:ltä myös hankintoja pieniä yrityksiä useammin. Tämä vaikuttaa siihen, että prosentuaalisesti myyntisaamisista suurin osa on erääntymättömiä ja yrityksen asiakkaat maksavat laskunsa paremmin kuin suomalaiset yritykset keskimäärin. (Taloussanomat 2011; Yritys X 2015.)

Kuten taulukosta nähdään, asiakkaiden maksukäyttäytyminen on parantunut vuodesta 2012 vuoteen 2013. Vuonna 2012 keskimäärin 38 prosenttia saamisista oli erääntyneitä, kun taas vuonna 2013 erääntyneiden saamisten keskiarvo oli 27 %. Erääntyneiden myyntisaamisten vaihtelu on 67,6 prosentista 12,7prosenttiin. Vaihtelua on siis yli 81prosenttia. Syynä tähän on todennäköisesti vuonna 2013 aikaisin käytetty puhelinperintä. Asiakkaiden maksukäyttäytymisestä ei löydy selkeää trendiä erääntyneiden myyntisaamiset määrän vaihtelulle. Pääosin vaikuttaa sille, että ikäjakauma on parempi niiden kuukausien osalta joissa yrityksen myynti on suurempi. Syynä tähän on mahdollisesti isompien yritysten suuret hankinnat, joiden laskut maksetaan lähes poikkeuksetta ajallaan. Lisäksi suuremmille hankinnoille annetaan pidemmät maksuajat.

Keskimäärini eniten yritys X:llä on 0-30päivää tai yli 90päivää sitten erääntyneitä saamisia. Yli 90päivää erääntyneitä saamisia on Yritys X:llä keskimäärin 14,5 prosenttia. Luku on kohtalaisen suuri ja kertoo siitä, että yritys X:n perintätoimissa on parantamista. Yli 90päivää sitten erääntyneisiin laskuihin on lähetetty kaksi maksumuistutusta. Tämän perusteella maksumuistutukset eivät yksin riitä Yritys X:llä perintätoimiksi ja niiden jatkoksi olisi suunniteltava lisätoimia. Yli 90päivää sitten erääntyneiden saamisten määrä on kuitenkin laskenut huomattavasti vuodesta 2012 vuoteen 2013. Tämän perusteella Yritys X:n asiakaspalvelija vuonna 2013 käyttämä puhelinperintä on tehonnut asiakkaisiin.

4 Kehityssuunnitelma

Yritys X:n asiakkaat maksavat laskut keskimääräisesti hyvin. Asiakkaat maksavat laskut pääosin ajallaan, mutta joukossa on myös laskuja jotka pysyvät avoinna useita kuukausia. Yritys X:n toiminnan tehostamiseksi tulee Yritys X:n laskutus - ja perintätapoja selkeennyttää ja tehdä suunnitelmallisemmaksi. Selkeän suunnitelman avulla saadaan tehostettua Yritys X:n myyntisaamisten hallintaa. Yritys X:llä on myyntisaamisten hallinnassa erityisesti parannettavaa pienten asiakkaiden kanssa, sillä ne maksavat laskunsa keskimääräisesti suuria asiakkaita huonommin. Tästä syystä tulevaisuudessa on kiinnettävä aikaisempaa suurempaa huomiota pienten asiakkaiden maksukäyttäytymiseen. Yritys X:llä ei ole suunnitelmaa sille jos asiakkaat eivät maksa laskua pelkän maksumuistutuksen tai puhelinperinnän avulla. Suunnitelma tämän varalle helpottaa toimintaa vaikea tilanteen sattuessa. Seuraavissa kappaleissa esitetään kehityssuunnitelma Yritys X:lle. Kehityssuunnitelmasta on tarkoitus tehdä selkeä ja toteuttamiskelpoinen, jotta Yritys X voi helposti tehdä tarvittavat muutokset omissa laskutus - ja perintäprosesseissaan. Kehityssuunnitelmassa keskitytään asioihin, jotka on mahdollista parantaa ilman liian haastavia muutoksia.

Yritys X:llä on paljon erilaisia asiakkaita. Niiden maksukyky ja maksukäyttäytyminen vaihtelee. Asiakkaiden erilaisesta maksukäyttäytymisestä johtuen Yritys X:n kannattaa käyttää myyntisaamisten hallinnassa asiakkaille erilaisia toimintatapoja. Suunnitelmassa jaotellaan Yritys X:n asiakkaat kolmeen eri luokkaan, jotta kehityssuunnitelmasta saadaan selkeämpi ja helpommin toteutettava. Asiakkaat on jaoteltu niiden toimintatapojen, koon ja tärkeyden perusteella. Seuraavassa taulukossa esitetään miten Yritys X:n asiakkaat on jaoteltu.

Asiakasryhmä	Asiakkaat	esim.
Ryhmä 1	Julkisesti rahoitetut laitokset	sairaalat, yliopistot, ammattikorkeakoulut, ammattiopistot, puolustusvoimat
Ryhmä 2	Suuret yritykset, jälleenmyyjät	Yksityiset sairaalat, julkiset osakeyhtiöt
Ryhmä 3	Muut asiakkaat	Sairaankuljetusyritykset, yksityiset terveydenhuollon kouluttajat.

Taulukko 2: Yritys X:n asiakkaiden jaottelu

Ryhmään 1 yksi kuuluu Yritys X:n suurimmat asiakkaat. Ryhmän 1 asiakkaat ovat julkisesti rahoitettuja ja ne saavat rahansa pääosin valtiolta tai kunnilta. Suuriin hankintoihin ryhmän 1 asiakkaille myönnetään rahoitusta tietyllä ajan jaksolle, jonka mukaan ryhmän 1 asiakkaat tekevät hankintoja. Ryhmän 1 asiakkaat tekevät suurimmaksi osaksi hankintoja budjettinsa sallimissa rajoissa eivätkä ne lukeudu Yritys X:n riski asiakkaiksiin. (Yritys X 2015.)

Ryhmään 2 lukeutuu Yritys X:lle tärkeitä asiakkaita. Ryhmän 2 asiakkaat ovat yksityisesti rahoitettuja ja niiden kanssa asiointiin liittyy suurempi riski kuin Ryhmän 1 kanssa asioitaessa. Ryhmän 2 asiakkaiden kanssa asiointi ei ole suuri riski Yritys X:lle, muuta niiden maksukykyä on tarkkailtava. Ryhmään lukeutuu Yritys X:n viralliset jälleenmyyjät. Yritys X:n jälleenmyyjät ovat suurimmalta osalta pieniä terveydenhuoltoalan yrityksiä. Jälleenmyyjiin pidetään tiiviisti yhteyttä, joten niiden toiminnasta saadaan usein tietoa, joka vähentää riskiä. Lisäksi ryhmään kaksi lukeutuu suuret yritykset. Suureksi yritykseksi lasketaan yritys, jolla on yli 250 työntekijää, jonka taseen loppusumma on yli 43 miljoonaa euroa tai vuosiliikevaihto on yli 50 miljoonaa euroa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Ryhmään 3 lukeutuvat asiakkaat, jotka eivät täytä asiakasryhmien 1 tai 2 määritelmiä. Ryhmän 3 kanssa asiointiin liittyy suurin riski, sillä Suomessa pienten yritysten maksu kyky on suuria yrityksiä heikompi. Ryhmän 3 asiakkaat maksavat laskunsa myös useammin myöhässä kuin ryhmän 1 ja 2 asiakkaat. Yritys X:n kohdalla ryhmä 3 muodostuu pääasiassa sairaankuljetusyrityksistä ja terveydenhuollon kouluttajista. Yritys X:n on myyntisaamisten hallinnassa panostettava erityisesti ryhmän 3 tarkkailuun. (Yritys X 2015.)

4.1 Laskutusprosessi

Yritys X:llä ei ole tarkkaa suunnitelmaa siitä, miten tarkistetaan onko asiakas luottokelpoinen. Asiakkaan maksukyvyn mukaan määritelty luottoraja vähentää perinnän tarvetta ja luottotappioiden määrää. Erityisesti taloudellisesti hankalina aikoina asiakkaan maksukyvyn tarkistaminen on tärkeää.

Uutta asiakassuhdetta tai tiliä perustaessa on Yritys X:n asiakaspalvelijan tarkastettava asiakkaan luottokelpoisuus riippuen siitä mihin asiakasryhmään se kuuluu. Tämä toteutetaan hankkimalla Yritys X:lle asiakastili Suomen Asiakastieto Oy:n rekisteriin. Suomen Asiakastieto Oy on yksi Suomen johtavista yritysjohton taloushallinnon ja riskienhallinnon toimittajista. Suomen Asiakastieto Oy:ltä on saatavilla kattava tietokanta internetistä ja sieltä voi tarkistaa tiedot yritysten luottokelpoisuudesta helposti. (Suomen Asiakastieto 2014.)

Luottokelpoisuuden tarkistaminen Suomen Asiakastieto Oy:ltä maksaa muutaman euron. Tästä johtuen luottotietojen tarkistaminen Yritys X:lle on suunniteltu asiakasryhmien mukaisesti. Kun asiakaspalvelijalle tulee tarve luoda ryhmän 1 asiakas, ei asiakkaan luottotietoja tarvitse tarkistaa. Valtion ja kunnan rahoittamat laitokset tekevät hankintoja niille myönnetyn budjetin mukaan eivätkä yleensä tee hankintoja ilman varoja. On myös epätodennäköistä, että yliopisto, sairaala tai ammattikorkeakoulu ajautuisi konkurssiin. Tällä hetkellä kaikki Suomen julkiset sairaalat sekä yliopistot ja ammattikorkeakoulut, joissa harjoitetaan terveydenhuollon opetusta lukeutuvat Yritys X:n asiakkaisiin. Joten yritys X:lle ei näytä tulevaisuudessa tulevan suurta tarvetta luoda uusia asiakassuhteita ryhmän 1 asiakkaiden kanssa. (Yritys X 2015.)

4.1.1 Luottokelpoisuuden määrittäminen

Yritys X:n luodessa asiakassuhdetta ryhmään 2 tai 3 lukeutuvan asiakkaan kanssa on yrityksen luottokelpoisuus tarkistettava. Asiakkaat jaotellaan luottokelpoisuuden mukaan neljään eri riskiluokkaan. Riskiluokkaan A yrityksillä on matala riskitaso, riskiluokan B asiakkaille on kohtalainen riskitaso, riskiluokan C asiakkaille korkea riskitaso ja riskiluokan D asiakkaat ovat luottokelvottomia. (Talponen, 46.)

Ensimmäisenä on tarkistettava löytyykö yritykseltä maksuhäiriöitä. Jos asiakkaalle ilmenee maksuhäiriöitä, yritys kuuluu riski ryhmään D ja se on luottokelvoton. Riskiryhmään D lukeutuville asiakkaille Yritys X:n on tehtävä myyntiä vain luottokortilla.

Yrityksille joilla ei ilmene maksuhäiriöitä tehdään analyysi heidän luottokelpoisuudesta. Analyysissä tarkistetaan yrityksen kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus. Jokaisesta osiosta yritys saa 1-3 pistettä. Asiakas määrittää riskiluokkaan tunnuslukujen perusteella. Kustakin osasta käytetään asiakkaan luottokelpoisuuden määrittämiseen yhtä tunnuslukua. Tunnusluvut Yritys X saa Suomen Asiakastieto Oy:n kohdasta tunnusluvut valmiiksi laskettuina. (Asiakastieto Oy, 2014.) Kannattavuuden tarkistamisen tunnusluvuksi on valittu liikevoittoprosentti. Tämä kertoo, kuinka monta prosenttia yrityksen liikevaihdosta jää voitoksi, kun siitä on vähennetty toiminnan operatiiviset kulut mutta ei veroja, korkoja ja satunnaisia eriä. Seuraavassa taulukossa esitetään miten yritysten kannattavuuden pisteet jaetaan. (Taloussanomat, 2014.)

Liikevoitto %	Pisteet	riski
yli 10%	3	matala
3-10%	2	keskinkertainen
alle 3%	1	korkea

Taulukko 3: Kannattavuuden pisteytys (Talponen 2002, 45.)

Yrityksen liikevoittoprosentin ollessa yli 10 % on yrityksen riski matala ja se saa kolme pistettä. Liikevoitto prosentin ollessa 3-10 % yrityksen riski on keskinkertainen ja sille annetaan kaksi pistettä. Jos yrityksen liikevoittoprosentti on alle 3, on sen riski korkea ja sille annetaan yksi piste. (Talponen 2002, 45.)

Seuraavaksi tarkistetaan yrityksen maksuvalmius. Yrityksen maksuvalmiuden mittariksi valitaan quick ratio, joka ilmaisee kuinka yrityksen likvidit varat riittävät kattamaan lyhytaikaiset velat. Alla olevassa taulukossa esitetään miten yritysten maksuvalmiuden pisteet jaetaan.

Quick ratio	Pisteet	riski
yli 1	3	matala
0,5-1	2	keskinkertainen
alle 0,5	1	korkea

Taulukko 4: Maksuvalmiuden pisteytys (Talponen 2002, 45.)

Yritys, jonka quick ratio on yli 1 saa osiota kolme pistettä ja sen maksuvalmiuden riski on matala. Current ration ollessa 0,5-1 on riski keskinkertainen ja yritys saa osiota kaksi pistettä. Yrityksen, jonka current raitio on alle 0,5 riski on korkea ja se saa osiota yhden pisteen. (Kinnunen, Laitinen, Laitinen, Leppiniemi, Puttonen 2009, 67.)

Vakavaraisuuden tunnuslukuna käytetään nettovelkaantumisastetta. Se kertoo kuinka suuri osa yrityksen varoista on vierasta pääomaa. Alla olevassa taulukossa esitetään miten yrityksen vakavaraisuuden pisteet jaetaan.

Nettovelkaantumisaste	Pisteet	riski
alle 50%	3	matala
50-90%	2	keskinkertainen
yli 90%	1	korkea

Taulukko 5: Vakavaraisuuden pisteytys (Talponen 2002, 46.)

Yrityksen nettovelkaantumisasteen ollessa alle 50prosenttia on siihen kohdistuva riski matala ja yritys saa osiosta kolme pistettä. Nettovelkaantumisasteen ollessa 50-90 prosenttia on yritykseen kohdistuva riski keskinkertainen ja se saa osiosta kaksi pistettä. Yrityksen nettovelkaantumisasteen ollessa yli 90prosenttia on siihen kohdistuva riski suuri ja yritys saa osiosta yhden pisteen.

Kun yrityksen kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus on määriteltä, lasketaan sille keskiarvo kaikista osiosta. Yritykset joiden kaikkien osioiden keskiarvo on 2,6 tai yli lukeutuvat luottoluokkaan A. Yritykset joiden keskiarvo on 1,6 tai yli lukeutuvat luottoluokkaan B ja C luottoluokkaan lukeutuvat yritykset, joiden keskiarvo on 1,6 tai alle. Alla olevassa taulukossa esitetään jokaisen luottoluokan enimmäisluottomäärät. Enimmäisluottomäärä määritellään liikevaihdosta tai omasta pääomasta.

Luottoluokka	liikevaihdosta	omasta pääomasta
A	5-10%	50-100%
B	3-4%	10-50%
C	1-2%	1-9%

Taulukko 6: Enimmäisluottorajan määrittäminen

Luottoluokkaan A kuuluvilla yrityksillä voidaan luottorajaksi asettaa 5-10 prosenttia niiden liikevaihdosta tai 50-100prosenttia niiden omasta pääomasta. Näistä alemman Yritys X:n tulee asettaa asiakastiliä luodessaan asiakkaan luottorajaksi. Luottoluokkaan B kuuluvilla yrityksillä Yritys X asettaa luottorajaksi 3-4prosenttia sen liikevaihdosta tai 10-50prosenttia sen omasta pääomasta. Luottoluokkaan C kuuluvilla yrityksillä määritellään enimmäisluottorajaksi 1-2prosenttia sen liikevaihdosta tai 1-9prosenttia sen omasta pääomasta. (Talponen 2002, 49.) Yritys X:lle luodaan Excel taulukko, johon sen asiakaspalvelija voi syöttää suoraan tarvittavat tunnusluvut. Taulukko pisteyttää kuinkin tunnusluvun ja määrittelee asiakkaan luottoluokan. Luottoluokan avulla Yritys X:n asiakaspalvelija voi laskea nopeasti asiakkaan luottorajan.

Yritys X:n on tärkeää tarkistaa asiakkaiden luottotietoja säännöllisin väliajoin asiakasryhmiltä 2 ja 3. Luottotiedot on tarkistettava erityisesti silloin, jos asiakas haluaa tehdä sen luottorajat ylittävän hankinnan. Jos asiakkaan luottokelpoisuus on parantunut niin, että sen luottorajaa voidaan nostaa suurempaan hankintaan sopivaksi, voidaan asiakkaalle myydä hankinta luotolle. Jos asiakkaan luottokelpoisuus ei ole parantunut, on päätös hankinnasta tehtävä Yritys X:n myyntipäällikön kanssa. Tällöin on tutkittava myös asiakkaan maksukäyttäytymistä. Lopullinen päätös on tehtävä sen perusteella kuinka tärkeä myynti on Yritys X:lle ja millainen asiakkaan maksukäyttäytyminen on ollut. Maksimoidakseen voittonsa yritykset eivät voi käyttää vain riskittömiä asiakkaita ja siksi myös Yritys X:n on tärkeissä kaupoissa oltava joustava luottorajojen suhteen.

Asiakasryhmän 3 kanssa asiakkaan luottotiedot on tarkistettava aina, kun asiakas tekee vuoden ensimmäistä hankintaa. Pienten yritysten maksukyky vaihtelee huomattavasti perustuen niiden viime aikoina tekemään tulokseen. Tästä syystä pienten yritysten maksukyky saattaa vuodessa vaihdella suuresti. Keskustelussa Yritys X:n myyntipäällikön kanssa kävi myös ilmi, että taloudellisesti hankalina aikoina monet pienet sairaankuljetus ja koulutusyritykset ovat ajautuneet konkurssiin. Luottotietojen tarkistuksessa käytetään samaa logiikkaa kuin asiakassuhdetta aloitettaessa. (Yritys X 2015.)

Yritys X:n asiakkaiden tilaukset menevät automaattisesti pitoon, mikäli ne ylittävät asiakkaille myönnetyn luottorajan. Tilaukset vapautuvat pidosta, kun asiakas on maksanut avoimet saamiset. Yritys X:n asiakaspalvelija tarkistaa viikoittain pidossa olevat tilaukset. Tarkistuksen yhteydessä pidossa olevia tilauksia ei tulevaisuudessa tule enää vapauttaa vaan asiakkaalle määritetystä luottorajasta pidetään kiinni. Poikkeus tehdään asiakasryhmän 1 kanssa. Niille voidaan myydä tuotteita ja palveluita myös yli luottorajan. Muiden asiakkaiden kohdalla luottorajassa voidaan tärkeissä kaupoissa joustaa aikaisemmin kerrotulla tavalla.

4.1.2 Sähköinen laskutus

Suurin osa Yritys X:n asiakkaista käyttää sähköistä laskutusta ja toivoo saavansa laskut verkkolaskuina. Yritys X:llä ei ole mahdollisuutta lähettää verkkolaskuja vaan laskun sähköistämiseksi vaaditaan laskujen manuaalinen kirjaus Baswaren tietojärjestelmään. Sähköinen laskutus tehostaa laskujen käsittelytyötä ja yrityksen työntekijöiltä jää aikaa muhin töihin. Yritys X:n asiakaspalvelija kokeili viikon ajan, kauanko häneltä kului aikaa keskimäärin myyntilaskujen lähettämiseen. Tähän lukeutuu paperilaskujen lähettäminen ja tarvittavien laskujen rekisteröiminen sähköisiksi. Tulokseksi päivää kohden tuli keskimäärin 8minuuttia. Tämä tarkoittaa sitä, että Yritys X:n muuttaessa laskut verkkolaskuiksi jäisi Yritys X:n asiakaspalvelijalta aikaa muihin töihin viikossa noin 40minuuttia. (Yritys X 2015; OpusCapita 2014.)

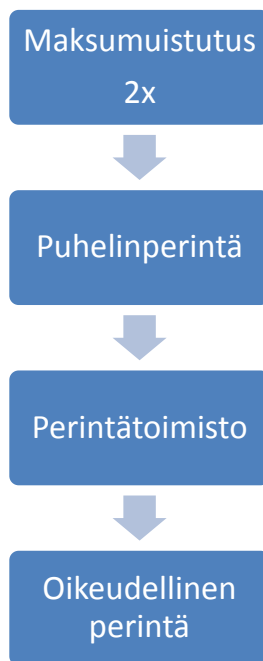
Verkkolaskut vähentävät laskujen lähetyskuluja, kun käsittelyyn kuluu aikaa vähemmän, laskuihin ei tarvitse käyttää paperitarvikkeita eikä niistä tarvitse maksaa postituskuluja. Kulujen vähentymisen lisäksi verkkolaskut ovat paperisia laskuja nopeammin asiakkailla perillä, tämä nopeuttaa myyntisaamisten kiertoaikaa. Verkkolaskut helpottavat myös laskun vastaanottajan työntekoa. Verkkolaskut säästävät laskun vastaanottajan aikaa ja laskujen käsitteleminen on tehokasta ja nopeaa. Myös tämä nopeuttaa laskun lähettäjän myyntisaamisten kiertoaikaa, kun asiakkaiden ostolaskujen käsittely on aiempaa nopeampaa. Yritys X:n kannattaa sähköistää sen laskut myyntisaamisten hallintaa tehostaakseen ja asiakastytyväisyyttä parantaakseen. Yritys X:n laskujen muuttamisesta sähköiseksi vastaa emoyhtiö. Emoyhtiölle on tehtävä tarkka perustelu siitä, miksi laskujen sähköistäminen on tärkeää ja miten se hyödyttää koko konsernia. (OpusCapita 2014.)

4.2 Perintäprosessi

Tunnuslukuanalyysin perusteella tuli selville, että Yritys X:n asiakkaat maksavat laskunsa pääosin ajallaan. Tarkasteltaessa Yritys X:n perintäprosesseissa kävi kuitenkin ilmi, että Yritys X:n perintäprosessissa on parantamista.

Yritys X:n laskut lähtevät sen emoyhtiöltä Norjasta ja laskuissa oleva Y-tunnus kertoo, että kyseessä on ulkomainen yritys. Tämä hankaloittaa Yritys X:n perintää. Käytettäessä perintätoimiston palvelua Yritys X:n on käännettävä perintätoimistojen kansainvälisen perinnän puolelle. Kansainvälinen perintä on pääsääntöisesti monimutkaisempi järjestää rajat ylittävästä luonteestaan johtuen, joten perintätoimistot perivät kansainvälisestä perinnästä enemmän kuluja. Esimerkiksi Suomen perintätoimistoa käytettäessä kansainvälisen perinnän aloitusmaksu on 90 euroa. Tästä johtuen perintätoimistojen palveluja on käytettävä vain poikkeustilanteissa. Tämä tekee Yritys X:lle tärkeämmäksi sen, että yritysten luottokelpoisuus tarkistetaan asiakassuhdetta luodessa ja asiakkaille myönnettyä luottorajaa noudatetaan. (Suomen Perintätoimisto Oy 2015.)

Seuraavassa kuviossa on esitetty Yritys X:lle suunniteltu perintäprosessi. Kaikille asiakasryhmille on suunniteltu samanlainen perintäprosessi johtuen siitä, että perintätoimiston käytöstä Yritys X:lle koituu suuria kuluja. Tästä johtuen perintä toimiston käyttö varhaisessa vaiheessa ei ole kannattavaa.



Kuvio 5: Kehityssuunnitelman perintäprosessi

Perintä alkaa maksumuistutuksien lähetyksellä. Tällä hetkellä maksumuistutukset lähetetään vain kerran kuukaudessa, mutta tulevaisuudessa perinnän tehostamiseksi on suositeltavaa lähetettävä maksumuistutukset asiakkaille kaksi kertaa kuukaudessa. Asiakkaalle lähetettävän maksumuistutuksen mukaan on lisättävä asiakkaan avoimet laskut, sillä yleinen syy Yritys X:n asiakkaan maksun maksamatta jättämiseen on laskun katoaminen. Jos asiakas ei maksa avoimia saamia kahdesta maksumuistutuksesta huolimatta, siirrytään perinnässä seuraavaan vaiheeseen.

Maksumuistutuksien lähettämisen jälkeen on Yritys X:n siirryttävä puhelinperintään. Puhelinperintään siirrytään kahden viikon päästä viimeisestä maksumuistutuksesta. Puhelinperinnässä Yritys X:n asiakaspalvelija soittaa asiakkaalle ja pyytää heitä maksamaan avoimet saamiset. Mikäli asiakas ei ole halukas maksamaan avoimia saamia voi Yritys X:n asiakaspalvelija mainita tratasta eli julkisuusuhkaisen maksukehotuksen ja perintätoimiston käytöstä Tämä lisää asiakkaan motivaatiota maksaa avoimet saamiset. Asiakaspalvelija voi lisäksi mainita, että jos laskuja ei makseta, se kertoo asiakkaan heikosta maksukyvyystä sen yhteistyökumppaneille. Asiakkaan joutuessa tilanteeseen, jossa muut yritykset tietävät asiakkaan maksuvaikeuksista asiakkaan on vaikea tehdä hankintoja myös muilta yrityksiltä. Mikäli puhelinkeskustelussa käy ilmi, että asiakas on maksukyvytön, sen muut avoimet tilaukset jäädytetään, eikä sille tehdä enää myyntiä luotolle. Asiasta informoidaan myös yritys X:n jälleenmyyjiä.

Jos Yritys X:n asiakas ei maksa laskua aiemmista toimenpiteistä huolimatta, siirretään tapaus perintätoimiston käsiteltäväksi. Perintätoimiston käytön aloittamista on harkittava kaksi viikkoa puhelinperinnän jälkeen. Perintätoimistojen ulkomaisille yrityksille asettaman korkean aloitusmaksun takia on perintätoimiston palvelujen käyttöönottoa mietittävä tarkasti. Alle sadan euron myyntisaamisten perimiseen ei kannata käyttää perintätoimistoa, sillä se on kansainvälisen perinnän aloitusmaksu. Tätä suurempien saamisten kanssa perintätoimistojen käyttö on suositeltavaa, sillä yrityksen heikko perintä laskee yrityksen mainetta. Lisäksi vaikeiden perintätapauksien käsittelyyn menee paljon aikaa, jonka Yritys X voi käyttää muuhun toimintaan. Perintä perintätoimiston kautta on tehokasta ja perintätoimistoilla on perinnästä vankka osaaminen. Jos aikaisemmin on selvinnyt, että yritys on luottokelvoton, on perintätoimiston käyttö turhaa. Kansainvälisessä perinnässä Suomen perintätoimisto aloittaa perinnän maksuvaatimuspalvelulla. Maksuvaatimuksessa Suomen perintätoimisto pyrkii saada velallisen maksamaan saamiset vaatimuskirjeillä ja puhelinperinnällä. Mikäli nämä keinot eivät tehoa, Suomen perintätoimisto tekee analyysin siitä miten todennäköisesti velallinen voidaan oikeustoimilla velvoittaa maksamaan velkansa. Lopuksi Suomen perintätoimisto antaa hinta-arvion ja ehdotuksen oikeudellisesta perinnästä. Oikeudellisen perinnän aloittamista Yritys X:n on mietittävä tarkasti tapauskohtaisesti Suomen perintätoimistolta saatavien tietojen perusteella. Emoyhtiön on tehtävä lopullinen päätös oikeudellisesta perinnästä. Laskut lähtevät emoyhtiön nimissä, joka tekee siitä velkojan. Oikeudellisessa perinnässä kuluista vastaa kuitenkin viime kädessä velkoja. (Suomen perintätoimisto 2015.)

4.3 Myyntisaamisten hallinnan seuranta jatkossa

Yritys X:n on tarkoitus ottaa käyttöön kehityssuunnitelmassa esitetyt kehitysideat. Kehitysideat ovat opinnäytetyötä tehtäessä testattu toimiviksi ja osaa kehitysideoista on alettu käyttämään. Yritys X on esimerkiksi alkanut tarkistamaan asiakkaiden maksukyvyn kehityssuunnitelmassa esitetyllä tavalla. Tätä varten yritys X:lle on luoto Excel taulukko, johon se syöttää tarvittavat tiedot asiakkaasta heille annettujen ohjeiden perusteella. Excel hoitaa manuaalisen laskemisen yritys X:n puolesta. Yritys X on kokenut, että tapa on toimiva ja tarpeeksi yksinkertainen.

Tulevaisuudessa yritys X:n on säännöllisin väliajoin tutkittava sen myyntisaamisten hallintaa, jotta myyntisaamisten hallinnan tehokkuus voidaan varmistaa. Samalla voidaan pohtia onko sen tarvetta kehittää myyntisaamisten hallintaa ja tämän perusteella tehdä siihen muutoksia. Yksinkertaisin keino tähän on seurata yrityksen myyntisaamisten kiertoaikaa. Myyntisaamisten kiertoajan voi helposti tarkistaa kuukausittain, mutta välillä on kannattaa tehdä syvempi analyysi jossa myyntisaamisten hallinnan tarkkailuun käytetään myös muita analysointimenetelmiä kuten opinnäytetyössä tehtiin. Sopiva ajankohta seuraavalle tarkemmalle tutkimukselle on esimerkiksi kahden vuoden päästä. Seuraavassa tutkimuksessa saadaan myös selville, onko kehityssuunnitelmassa esitetyt kehitysideat parantaneet yritys X:n myyntisaamisten hallintaa.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Aarnio, S. & Vahvelainen, J. 1994. Hyvä perintätapa. Porvoo: WSOY.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P, 2007. Tutki ja kirjoita. 13.p. Helsinki, Tammi.

Ijäs, S. 2002. Luottoriskien hallinta tuloksen tekijänä. Helsinki: Suomen asiakastieto.

Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2002. Yrityksen rahoitus. Porvoo: WSOY.

Niskanen, J. & Niskanen, M. 2003. Yritysrahoitus. Helsinki: Edita Prima.

Talpponen H., 2002. Hallitse myyntisaamiset. Helsinki: WSOY.

Leppiniemi, J., Kykkänen, T. & Toiviainen, K. (2007) Tuloslaskenta ja harjoitukset. 3.p. Helsinki, WSOYpro.

Lindström J., 2005. Luotonvalvonnan ja saatavien perintä. 2.painos. Helsinki: Talentum.

Yritystutkimus ry. 2011. Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysi. 9.p. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Sähköiset lähteet

Arola, T. Tilitiimi. 2007. Viitattu 14.10.2014.

<http://www.tilitiimi.fi/Upload/Laskutus%20ja%20reskontrat.pdf>

Jyväskylän Yliopisto 2015. Laadullinen tutkimus. Viitattu 19.1.2015.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/aadullinen-tutkimus>

Oikeuslaitos 2014. Riita-asian valmistelu. Viitattu 23.11.2014.

<http://vanha.oikeus.fi/5855.htm>

Oikeuslaitos 2014. Riita-asian pääkäsittely. Viitattu 23.11.2014.

<http://vanha.oikeus.fi/5852.htm>

OpusCapita 2014. Verkkolaskutuksen hyödyt. Viitattu 21.3.2015.

<https://www.verkkolasku.info/b/ec/vlinfo/info?infopage=6>

Silen M. 2013 Tratta. Helsingin seudun kauppakamari Viitattu 16.10.2014.

<http://www.helsinki.chamber.fi/neuvontapalvelut/artikkelit/sopimusasiat/tratta.2057.news>

Suomen Asiastieto Oy 2013. Asiastieto yrityksenä. Viitattu 1.3.2015.

<http://www.asiastieto.fi/web/fi/asiastieto/yritys>

Taloussanomat 2013. 40 euroa päivästä. Viitattu 10.1.2015.

<http://www.taloussanomat.fi/yritykset/2013/03/14/40-euroa-paivasta-yrityksille-kallis-lasku-myohastymisesta/20133922/12>

Taloussanomat 2011. Pienet yritykset yhä useammin perinnän kohteena. Viitattu 25.1.2015.

<http://www.taloussanomat.fi/yritykset/2011/02/06/pienet-yritykset-ya-useammin-perinnan-kohteena/20111750/12>

Taloussanomat 2015. Taloussanakirja: EBIT Viitattu 18.4.2015.

<http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/termi/EBIT/>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015. Yrityksen koko. Viitattu 18.4.2015.

<http://www.yrityssuomi.fi/yrityksen-koko>

Verohallinto 2014. Viitattu 22.11.2014.

<http://www.vero.fi/fi->

[FI/Syventavat_veroohjeet/Verohallinnon_ohjeet/2014/Laskutusvaatimukset_arvonlisaverotuk](http://www.vero.fi/fi-Fi/Syventavat_veroohjeet/Verohallinnon_ohjeet/2014/Laskutusvaatimukset_arvonlisaverotuksessa(33169)#6.1_Yleiset_laskumerkinnat_)

Verohallinto 2015. Viitattu 17.4.2014.

<http://www.vero.fi/fi->

[FI/Syventavat_veroohjeet/Verohallinnon_ohjeet/Ulkomaisen_yrityksen_ennakkoperintarekis\(10026\)](http://www.vero.fi/fi-Fi/Syventavat_veroohjeet/Verohallinnon_ohjeet/Ulkomaisen_yrityksen_ennakkoperintarekis(10026))

Vismaduetto 2014. Viitattu 30.8.2014.

<http://www.vismaduetto.fi/palvelut/neuvonta-ja-koulutus/luottopolitiikka/>

Yritys X:n nettisivut. Viitattu 9.8.2014.

Muut lähteet

Asiakaspalvelijan haastattelu. Yritys X 2014. Viitattu 9.12.2014.

SPT INTERNATIONAL palvelunkuvaus. Suomen perintätoimisto. Viitattu 23.4.2015.

Taloushallinnon työntekijän haastattelu. Yritys X 2014. Viitattu 9.12.2014.

Kuviot

Kuvio 1: Myyntitulon kassaanmaksuketju (Leppiniemi & Puttonen 2002, 49).	8
Kuvio 2: Perintäprosessi pähkinäkuoressa (Rikalainen & Uitto 2008, 185).	14
Kuvio 3: Myyntisaamisten kiertoaika päivissä 2012 ja 2013	21
Kuvio 4: Toimialan myyntisaamisten kiertoaika päivissä (Voitto +).....	23
Kuvio 5: Kehityssuunnitelman perintäprosessi	33

Taulukot

Taulukko 1: Myyntisaamisten ikääntymisjakauma prosentteina	24
Taulukko 2: Yritys X:n asiakkaiden jaottelu	27
Taulukko 3: Kannattavuuden pisteytys (Talponen 2002, 45.)	29
Taulukko 4: Maksuvalmiuden pisteytys (Talponen 2002, 45.)	29
Taulukko 5: Vakavaraisuuden pisteytys (Talponen 2002, 46.)	30
Taulukko 6: Enimmäisluottorajan määrittäminen	30